

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diteliti sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa media promosi yang digunakan oleh Perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Barat dalam promosi program GenRe terdiri atas tiga jenis walaupun masing-masingnya mempunyai porsi yang berbeda yaitu media lini atas atau yang dikenal dengan istilah *above the line* (ATL) seperti media cetak, Perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Barat melibatkan Koran lokal yang ada di padang; singgalang, Padang Ekspres, Haluan, Koran padang dan Indonesia Raya. Media elektronik seperti televisi dan radio juga digunakan sebagai media promosi program GenRe ini yaitu Padang TV dan TVRI Sumbar serta RRI, Sushi FM, Classy FM dan Sipp Female. Selain media lini atas, BKKBN juga memanfaatkan penggunaan media lini bawah atau yang dikenal dengan istilah *below the line*. Dimana media tersebut diantaranya adalah media luar ruang seperti baliho, spanduk, banner, poster, leaflet dan lain-lain. Kegiatan promosi ini juga dilakukan dengan menggunakan *new media* seperti *website* dan media berita online. Strategi promosi yang dilakukan oleh Perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Barat terdiri atas strategi media dan strategi *content*. Dimana strategi media yang dilakukan oleh Perwakilan BKKBN Provinsi

Sumatera Barat adalah dengan memilih media yang akan digunakan sebagai media promosi program GenRe, baik itu media massa, media luar ruang ataupun *new media*. Sedangkan strategi *content* yang dilakukan oleh dinas adalah dengan mempersiapkan release yang akan disampaikan kepada media saat dilaksanakannya konferensi pers di setiap promosi program GenRe.

2. Analisis Kelemahan dan Kekuatan dari Strategi Promosi yang dilakukan Perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Barat Berdasarkan Badan pelaksana bentuk kegiatan promosi ini memiliki kekuatan yang mana badan pelaksananya yaitu BKKBN langsung dalam rencana kerja BKKBN kegiatan promosi program GenRe menjadi program utama sehingga dalam promosinya Perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Barat akan terlibat aktif dalam promosi program GenRe kepada remaja dan keluarga. Kelemahannya luasnya wilayah yang ada di Sumatera Barat memungkinkan promosi program GenRe ini tidak efektif karena keterbatasan dana, dan keterbatasan SDM.

5.2 Saran

Dari penelitian yang peneliti lakukan mengenai strategi media promosi Perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Barat, peneliti telah menemukan strategi media promosi yang dilakukan dan peneliti juga mencoba untuk memberikan beberapa saran dalam melaksanakan kegiatan media promosi. Sesuai dengan perkembangan teknologi komunikasi, sebaiknya kegiatan promosi tidak hanya difokuskan kepada media konvensional saja seperti

media massa cetak dan elektronik, namun penggunaan media baru seperti *twitter, facebook, Instagram, website, youtube* dan lainnya sebaiknya juga digunakan dalam promosi ini.

